

1. 린 캔버스

Problem <ul style="list-style-type: none">• 기존의 견주 커뮤니티는 정보 공유의 목적이 큼. 내 주변 견주들과 직접적 소통 방법 부재• 산책 중에 친밀감을 느꼈던 반려견과 다시 만나게 해줄 수 있는 연결고리 부재• 반려견에게 좋은 친구를 만들어 줄 기회를 잡기 어려움.• 산책에 대해 의무감을 갖고 있는 견주들이 많음.• 산책을 반려견만을 위한 시간으로 생각해, 견주는 즐겁게 보내지 못함.	Solution <ul style="list-style-type: none">• 견주들 간의 직접적인 소통의 창구를 제공• 견주가 산책에 재미를 느낄 수 있게 함.• 산책거리에 따른 포인트 적립, 포인트로 물품 구매• 반려견들끼리 일회성이 아닌 관계를 유지할 수 있도록 함. Key Metrics <ul style="list-style-type: none">• Acquisition - 회원가입• Activation- 본인 반려견 등록• Retention- 친구추가 및 교류• Revenue- 프리미엄서비스 가입• Referral- 지인 소개	Unique Value Proposition <ul style="list-style-type: none">• 반려견의 special한 친구 만들기, sPETcial.• 당신의 반려견에게 동네친구를 만들어주세요. 어느 새 당신도 산책이 기다려질 거예요.• 상위 개념 - 반려견의 사회성을 길러주고, 가까운 견주들 간의 소통을 위한 서비스	Unfair Advantage <ul style="list-style-type: none">• 반려견 성향 맞춤 관계형성• 견주들의 지속적인 쌍방소통 Channel <ul style="list-style-type: none">• SNS 유명 견주들(서비스 광고)• 대형 애견 커뮤니티(이용자 확보)• 애견카페(이용자 확보)	Customer Segments <ul style="list-style-type: none">• 20~30대 견주• 1마리의 반려견을 키우는 견주• 산책에 지루함을 느끼는 견주• 얼리어답터: 반려견에게 친구를 만들어주고, 다른 견주들과 직접적으로 소통하고 싶은 사람들
Cost Structure <ul style="list-style-type: none">• 서버유지비• 마케팅비• 기술개발비• 광고비		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none">• 프리미엄 서비스제공을 통한 수익• 애견용품 업체들과 협약을 통한 수수료• 업체 광고수익		

2. 작품 구성 및 세부 내용

● 개발동기

: 애완동물이란 단어에서 반려동물로 바뀐 것에서 체감할 수 있듯, 강아지는 우리사회에서 가족으로 받아 들여 지고 있다. 이를 입증하듯 우리나라 애견시장의 규모 역시 현재 3조 3,753억 원으로 성장하였다. 하지만 최근 '개몰림 사고'가 증가함에 따라 관련 뉴스를 심심치 않게 들을 수 있으며 이에 따라 견주들의 걱정 또한 늘어나고 있다. 주로 강아지의 사회화 부족으로 일어나는 현상인데, 산책을 통한 강아지 사회화 훈련으로 이와 같은 사고를 사전에 방지 할 수 있다는 것이 전문가들의 공통된 의견이다. 이를 위해 우리는 견주들을 목표 사용자로, 산책을 장려하는 어플을 개발하게 되었다.



● 문제

: 강아지 사회화를 위해선 많은 환경, 사람, 동물들과 접해야 한다. 그 과정에서 강아지들은 그런 것들이 무섭지 않다는 것을 깨닫게 된다. 최대한 다양한 강아지와 견주를 만날 수 있는 장소, 강아지 중 사회화가 잘된 예의바른 강아지를 찾고 싶은 견주들의 니즈를 충족시킬 필요가 있다 생각한다. 펫코노미(petconomy)시대, 반려동물의 존재가치는 상상할 수 없을 만큼 중요해졌으며, 자신의 가족과도 같은 반려견을 위해서라면 아낌없을 것이다.

● 제품

: 본 제품은 인간과 반려동물의 상생을 도모하고, 나아가 뉴 노멀 시대 속 사회적 상호작용의 지평을 넓히는 것을 핵심 가치로 둔다. 서비스에 대한 개괄은 아래와 같다.

[제공 기능 및 유발 효과]

- 위치 인식을 통한 서비스 이용자 판별
 - 언제 어디서나 새로운 반려견과의 상호작용을 가능케 함.
- 견주 간 친구 추가 가능
 - 사용자 간 유대감을 형성시키고, 추가적인 개인정보를 제공하지 않아도 연락을 가능케 함.
- 산책 on/off
 - 산책을 시작할 때 sPETcial 서비스를 켜고, 산책이 끝날 때 끌 수 있도록 함.
- 사용자 위치 기반 인기 산책 경로 및 시간대 정보 제공
 - 사용자의 밀집을 유도함으로써 반려견으로 하여금 더 많은 친구들과의 상호작용을 가능케 함.
- 반려견과의 산책 거리, 다른 강아지와의 상호작용 횟수 등에 따라 포인트 지급
 - 사용자에게 목표의식을 부여함으로써 산책을 장려함.
- 애견용품 판매 탭
 - 포인트를 이용하여 애견용품을 구매할 수 있게 함.
- 프리미엄 서비스 구독
 - 일정 사용료를 지불하면 추가 기능을 제공함(기존 서비스이용자들보다 높은 산책 포인트 적립, 프리미엄이용자 대상 반려용품 특가세일, 강아지친구 추가 시 채팅가능)

● 차별적 우수성:

- '반려견 중심' 의 서비스 부재 -> 기존의 서비스는 대체로 견주들의 정보공유를 위한 목적을 띠. 반면 'sPETcial'은 반려견의 사회화를 직접적으로 도울 수 있는 다양한 기능을 제공함.
- 반려견 사회화를 위한 시공간적 제약 존재 -> 소위 애견카페를 통해 이루어지는 사회화의 경우, 공간 및 시간적 제한이 있음. 이러한 바, 시공간의 제약을 받지 않는 반려견 사회화에 대한 견주들의 희망사항이 항상 존재해왔음. 'sPETcial'은 언제 어디서나 반려견의 사회화를 가능케 함으로써 이러한 견주들의 unmet needs를 충족시킬 수 있음.

3. 창업아이템의 구체적 설명



- 반려견과의 산책: 이용자들은 산책모드를 켜 다른 이용자들이 위치 인식을 할 수 있도록 할 수 있다. 이용자는 산책 중 sPETcial 이용자가 주변에 나타나면 알림을 받을 수 있고, 해당 애견에 대한 정보를 열람할 수 있다(애견 정보 열람 범위 및 공개여부는 견주가 설정 가능). 실제 산책 여부를 알 수 있도록 산책시간과 거리를 기준으로 산책 포인트를 적립하며, 산책 중 만났던 다른 반려견의 수와 산책시간을 기록할 수 있다.
- 산책 핫플레이스: 이용자들의 위치데이터 기반으로 하여 많은 반려견들이 산책을 왔던 코스들을 지도에 표시하여 해당 장소의 정보를 보여준다. 이를 통해 기존의 산책 장소 외에 다양한 산책 장소를 접할 수 있어 이용자들의 흥미를 유발할 수 있다. 또한 상위랭킹 핫플레이스에 강아지들이 모임을 유도하여 우리 서비스의 목표인 사회화에 필요한 다양한 강아지들을 만날 기회를 부여할 수 있다.
- 반려견 관련 용품: 파트너십 체결한 반려용품 업체의 용품을 'sPETcial' 이용자들이 보다 편리하고 저렴하게 구입할 수 있도록 한다. 적립해 둔 포인트를 사용해 구입도 가능하다. 프리미엄 이용자라면 특가세일, 높은 포인트 적립혜택을 통해 더욱 합리적으로 구매 가능하다. 카테고리 별로 이용자들에게 인기상품도 확인할 수 있다.
- 커뮤니티: 인근범위에 들어왔을 때, 주변 강아지들을 확인 할 수 있는 화면이다. 산책 중 만난 'sPETcial'을 이용하는 반려견의 기본정보를 열람이 가능하다. 특정 견주와 소통을 원할 시에는 친구추가를 통해 산책여부, 반려견 정보 등의 기본정보를 공유할 수 있다. 프리미엄 서비스 이용 시 견주 간 채팅을 통해 지속적인 관계 유지가 가능하다. 위치 인식을 통해 특정 반경 이내에 있는 반려견들에 대한 정보를 알 수 있다. 이용자가 위치, 정보노출을 원하지 않을 시에는 on/off기능을 통해 관리할 수 있다.

4. 창업관련 활동

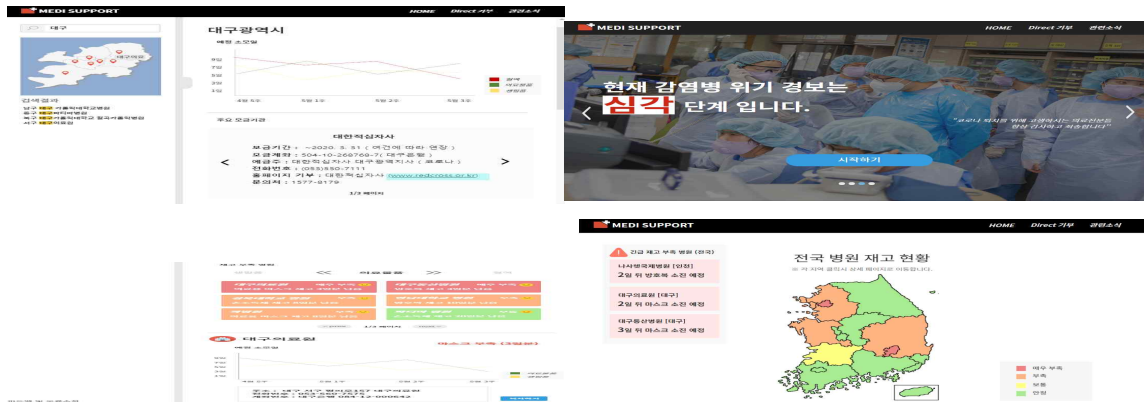
●창업지원 프로그램 응모내역

-팀원 전원 2020KNU-SIP 참여하였음

●제품 개발,개량,개선 등

- 코로나 관련하여 코로나지정병원에 부족한 물품을 기부할 수 있는 웹사이트 기반의 서비스 제작
 동산병원, 대구의료원 등 코로나지정병원에 의료물품 및 생필품이 부족하단 소식이 전해지자 전국 각지에서 기부물품을 후원함.

이에 병원별 부족한 물품을 파악하고 적재적소에 기부가 이루어지도록 도와주는 서비스를 제작.



●팀 구성의 장점

- 경영학부, 기계공학부, 컴퓨터학부에 재학 중인 학생들이 모여서, 다양한 생각을 교류하면서 아이디어를 발전 시켜 나감. 또한 함께 여러 공모전에 참가 했던 경험이 있기 때문에, 좋은 팀워크를 기반으로 소통이 수월했고 적재적소에 분업을 통해 원활하게 프로젝트를 진행시킬 수 있었다.
- 모든 팀원들이 이두희대표가 만든 '멋쟁이사자처럼'이라는 동아리에서 만나, 코딩을 배우며 실제 창업에 필요한 홈페이지나 어플 제작에 한번 이상 경험이 있으며, 현재까지 동아리에서 코딩을 공부하고 있다. 창업을 하게 될 시 필요한 홈페이지, 어플 제작에 있어서 문제가 없을 것이다.
- 대부분의 팀원들이 창업에 대해 관심을 가지고 있어 학교에서 창업관련 교과목을 들었으며, 배웠던 지식들을 바탕으로 우리만의 서비스를 만들어보자는 의지를 가지고 있다. 창업을 위한 지원을 받기 위해 팀 전체가 '2020KNU-SIP' 프로그램에 참여하고 있다.

● 팀의 창업 의지를 설명할 수 있는 기타 자료

- 한달에 한번씩 주제를 정해 아이디어 회의를 거쳐 창업아이템에 관한 자료조사, 대략적 구상, BM모델을 작성하여 우리끼리 발표를 함. 구상한 서비스에는 식사메뉴 정해주는 서비스, 취미생활 추천 서비스, 자전거 친구 매칭, 기부 서비스, 국회의원 공약 이행 여부 서비스 등이 있다.

